**10. Бизнес модель**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основные партнеры**   * Кто Вам нужен как партнер? * Что можете предложить, что получите взамен. * Как это поможет снизить издержки, риски * Виды партнерства (альянсы, совместные предприятия, отношения эксклюзивности поставок-покупок) | **Метрики**   * Каковы основные измеримые параметры бизнес-модели * Что из них нужно докладывать потребителям и инвесторам * Каковы должны быть вспомогательные метрики бизнес-процессов | **Ценностное предложение**   * Что предлагаем * Зачем * Почему это столь важно потребителям? * Как продукт решает проблему? | **Дифференцирование, конкурентное преимущество**   * Чем мы отличаемся от альтернативных конкурентов * Насколько устойчиво? Можно ли усилить? * Есть ли преимущества в бизнес- процессах? | **Потребительские сегменты**   * Кто из потребителей наиболее важен? * Что объединяет потребителей каждого сегмента? * Насколько дорого войти туда |
| **Критические ресурсы**   * Какие ресурсы Вам нужны для начала продаж? * Как быстро они должны предоставляться/поставляться? * Основной тип ресурсов (физические, интеллектуальные, человеческие, финансовые) | **Каналы продаж**   * Как вы выходите на каждый сегмент? * Какой канал работает лучше всего? * На какой – меньше всего издержек * Для каждого: продумайте процесс продаж и постпродажного обслуживания |
| **Структура издержек**   * Основные издержки в вашей модели * Степень их влияния на основное ценностное предложение * Каково распределение между фиксированными и переменными издержками * Есть ли возможность использования эффекта масштаба | | **Структура выручки**   * Основные потоки доходов с каждого сегмента * Для каждого сегмента опишите основной метод (продажи, аренда, лицензия и т.п.) | |